Jamil Dakhlia : Les politiques sont-ils des people comme les autres ? (Ed. Bréal)

Le 23 mar 2012
0 Commentaire
Tags: Médias,People,Sociologie, Actualités,Culture & Littérature,Politique
Par La rédaction



Cependant que les flashs crépitent et que la forêt de micros s'agite, on annonce la venue imminente de la *star* du moment. Un brouhaha parcourt l'assemblée. Soudain, on distingue une figure, s'avançant vers l'estrade. Il ou elle, c'est soit le politique qui se met en scène comme une vedette, soit la vedette qui s'immisce dans la vie politique, sous le regard bienveillant des médias. La peopolisation est aujourd'hui si banalisée qu'elle ne choque plus réellement l'opinion publique. Retour sur un phénomène caractéristique de nos sociétés, sous la plume de Jamil Dakhlia.

Les derniers remparts de la vie privée s'effritent

Il est intéressant de noter que cette vedettisation de la politique va de pair avec la politisation des vedettes, il s'agit d'une véritable intrication. L'on ne compte plus les hommes politiques qui parcourent les plateaux de télévision, pour des sujets parfois très mineures, ou les chanteurs par exemple qui s'insurgent en direct contre l'inaction de l'Etat. Les deux mondes, parfois, s'associent également. Artiste engagé et politique proche du peuple font ponctuellement bon ménage. Nicolas Sarkozy peut très bien jouer à la belotte en fréquentant des acteurs comme Christian Clavier ou Jean Reno, tandis que Bénabar ira ouvertement promener ses souliers lors d'un meeting du parti socialiste

Jamil Dakhlia souligne l'influence du système politique américain sur nos pratiques : au pays de l'oncle Sam, les célébrités s'impliquent très en amont lors

des élections, dès les primaires, ou parfois même sans qu'il n'y ait aucun enjeu en vue immédiate. Scarlett Johansson, Will Smith ou George Clooney n'affichent-ils pas régulièrement leurs veines démocrates ?

L'étalage de la vie privée des dirigeants est quant à lui entré dans une phase de maturité. Autrefois forcé ou volé, celui-ci devient de plus en plus consenti, mis en scène. Le retentissement de l'affaire Strauss-Kahn-Dialo en 2011 a bien montré le basculement douloureux entre les deux. Ce jeu dangereux peut même aller jusqu'au *storytelling*, ou comment montrer les failles et faiblesses d'un homme d'état, pour peu qu'elles soient louables, afin de l'élever en vertu. La légende des *self-made men* qui entourent des personnages tels que Nicolas Sarkozy ou Silvio Berlusconi fut sans conteste l'un de leurs plus sérieux atouts lors d'élections passées.

Pour Jamil Dakhlia, la *peopolisation* est avant tout due à l'évolution même des scènes de pouvoir. Louis XIV se produisait devant sa cour, un président aujourd'hui se produit devant une caméra. Tandis que la « grande presse » fait face à de graves difficultés économiques, les tabloïds, eux, prospèrent. A la télévision, l'audience est venue se fixer vers les programmes de « formes intermédiaires entre l'information et le divertissement, regroupées dans ce que l'on a baptisé l'*infotainment* : formats hybrides entre journalisme et variétés, *talk-shows* mélangeant artistes, responsables politiques et/ou témoins ordinaires ». Des programmes moins coûteux, rapportant davantage en matière publicitaire.

Les politiques ont d'ailleurs de plus en plus de mal à débattre du fond. La primauté est ainsi donnée aux « petites phrases », au divertissement, aux plans rapprochés, à l'émotion. Pourtant, la puissance de la télévision est désormais intégrée par les candidats. Ce qui était loin de l'être il y a une cinquantaine d'années. L'auteur rappelle ainsi la défaite en 1960 d'un Richard Nixon transpirant et mal rasé, qui n'avait pas saisi l'importance d'un débat télévisé, face à un John Fitzgerald Kennedy pimpant, bronzé et toujours souriant. Aujourd'hui, Internet semble incarner à la fois un formidable outil de proximité avec les électeurs, et un terrible véhicule de rumeurs.

Comment expliquer ces virages ? Jamil Dakhlia s'intéresse aux facteurs sociologiques de cette *peopolisation*, à la priorité donnée désormais à la réalisation de soi, au passage d'élections proportionnelles à des scrutins quasi majoritaires, plus personnels, à la porosité de la législation en matière de vie privée.

Bien entendu, cette profonde mutation ne peut s'opérer sans conséquences néfastes sur la démocratie. Si elle peut être considérée comme facteur de décloisonnement, la politique spectacle nuit incontestablement à la façon de traiter les questions politiques, elle appauvrit le débat et désacralise la fonction présidentielle. Elle peut aussi décrédibiliser les hommes politiques, alors même qu'ils forcent leur nature pour apparaître à la télévision, ou lorsqu'ils sont transformés par le canal lui-même, en témoigne l'effacement récent des poignées d'amour de Nicolas Sarkozy dans *Paris Match* pas plus tard qu'en 2007.

Porté par une plume agréable, Jamil Dakhlia livre un ouvrage très documenté, rappelant sans cesse les parallèles entre les politiques français et leurs précurseurs américains. L'on y découvre une nouvelle donne politico-médiatique qui semble s'être définitivement installée sur notre territoire, et qui est bien

qui semble s'être définitivement installée sur notre territoire, et qui est bien partie pour durer. Les années 1970 lancèrent les prémices de la *peopolisation* à la française, les années 2000 ne firent qu'enfoncer le clou.

Plus de sciences humaines chez Bréal

Jamil Dakhlia est Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université Nancy 2, chercheur au CREM (Metz) et au LCP (CNRS, Paris). C'est un spécialiste de la sociologie de l'audiovisuel, de la peopolisation de la politique et des médias.

Parmi les derniers ouvrages chez Bréal : *Just Whaou ! Bienvenue dans le monde déjanté de l'événementiel* (Christophe Pascal, Olivier Turco), *Président mode d'emploi* (Paul de Vaublanc).

Pour en savoir plus sur les nouvelles publications, rendez-vous directement sur le site des éditions Bréal.